

УДК 7.012:746.4]:[303.446+305-055.2]

Сідорук Ірина Василівна,

ПММ-19-1.4з,

[prettyasia001@gmail.com](mailto:prettyasia001@gmail.com)

Науковий керівник:

кандидат технічних наук,

доцент Л.М. Білякович

## **ЖІНКА 50+ ЯК УОСОБЛЕННЯ МЕГАТРЕНДУ НА ВІКОВУ ЗРІЛІСТЬ XXI СТОЛІТТЯ: ДОСЛІДЖЕННЯ ДОМІНУЮЧИХ МАРКЕРІВ ДУХУ ЧАСУ (ZEITGEIST) ТА ДОВГОСТРОКОВИЙ МОДНИЙ ПРОГНОЗ.**

### ***Анотація***

*Стаття розглядає причини і наслідки змін поняття «жінка у віці» протягом останніх сімдесяти років, проводиться дослідження та аналіз домінантних сучасних тенденцій і довгостроковий прогноз маркерів моди та впливу старшого покоління в феши-індустрії та соціумі в цілому. Проводиться екскурс в трендоутворення колірних палітр з наведенням прогнозів провідних центрів дослідження кольору та авторське прогнозування колірних тенденцій в найближчі два роки.*

**Ключові слова:** вік, одяг, жінка, мода, тренд, дизайн, колекція.

Проводячи компаративний аналіз світових та українських модних трендів за останні 70 років, ми можемо відзначити, що спосіб життя й самоусвідомлення особистості жінки 1950-х років кардинально відрізняється від реалій сьогодення. Жінка стала проявляти інтелектуальну активність, позиціонувати себе на рівних з чоловіком, організувала феміністські спільноти й політичні рухи на користь своїх прав, вона стала більш мобільною, спортивною, стала об'єктом і суб'єктом моди, почала розглядати іміджеву актуальність свого образу як спосіб та інструмент перемоги в конкурентній боротьбі.

Епоха відродження жіночності та елегантності, яка розпочалась у 50-х роках ХХ століття у країнах Заходу, не могла прийти на територію України через певні політичні чинники. Лише наприкінці 1980-х років українська жінка знайшла можливість отримання інформації про світову культуру, соціальне благополуччя за кордоном, стала приміряти на себе актуальні модні образи. Українська мода та модна індустрія стала розвиватися лише з 1990-х років, а к 2010-им вона набула стрімкого розквіту й, навіть, стала висвітлюватися в головних світових фешнмедіа. В якості прикладу можна навести розгорнуту публікацію в 2016 р в американському журналі Vogue «Продукція, вироблена в Україні, створює фешнреволюцію».

Наразі вітчизняна модна індустрія успішно конкурує з країнами Західної Європи, США та Японії. Українські дизайнери одягу й аксесуарів представлені в багатьох країнах світу, часто одягають зірок світової величини. Наприклад, зірка шоу-бізнесу Madonna (Мадонна) й супермодель Bella Hadid (Белла Хадід) не раз публікували фотографії в капелюхах від дизайнера Руслана Багінського. Ксенія Шнайдер є однією з дизайнерів співачки Celine Dion (Селін Діон) і супер-моделі Jiji Hadid (Джиджі Хадід), Katy Perry (Кеті Перрі) і Demi Moore (Демі Мур) вважають за краще сукні-вишиванки від Vita Kin. За часи незалежності, з 1991 року, Україна стала частиною світової культури, мистецтва й моди. І зараз ми можемо стверджувати, що українська мода занурена у світові модні тенденції.

Домінантні тенденції сучасної моди продиктовані економічними, соціальними, етичними, екологічними принципами та проблемами сьогодення.

Економічні чинники спричинили наступні тенденції:

- суспільство тотального споживання майже не залишило ніш попиту, які не забезпечені пропозицією;
- криза перевиробництва штовхає модні будинки на організацію нових програм виробництва, вторинного виробництва та утилізації виробів.

Демократизація суспільства, зникнення класового розмежування й індивідуалізація призвели до наступних наслідків:

- визнання повної свободи вибору напрямку, стилю, призначення, від ретельного слідування модним трендам до прихильності напрямку нормкор, який заперечує будь-яку моду й прикрашення;

- вираз індивідуальності в одязі превалює над естетичною привабливістю й якістю;

- акцент робиться на володінні власним унікальним стилем, що поєднує в образі одяг, зачіску, макіяж, аксесуари;

- ексклюзивність та унікальність ідеї, продукту;

- інклюзія - мода для будь-якого віку, статусу, фізичних і фінансових можливостей;

- фешнспоживач – учасник формування модних тенденцій;

- поступове зникнення вікових меж у одязі, поява тези «мода поза віком». Схильність молоді до «вікового одягу» й манерам та бажання одягатися в молодіжні комплекти у вікових сегментів старше 50 років. Рух KidAdults – на піку популярності;

- сьогодні моду диктують вуличні настрої, інтернетблогери, інфлюенсери, молодіжні течії, й тільки після них ідеї підхоплюють провідні модні будинки.

Постмодерністська естетика гри уламками попередніх культур позначила можливість наступних тенденцій:

- в сучасному фешндизайні не залишилося ніш, що ще не опановані, отже ми спостерігаємо кризу нових ідей. Як наслідок, модні будинки звертаються до минулих історичних періодів за натхненням, вивчаючи й розширюючи уявлення про модні тренди минулих десятиліть і епох;

- тренди і колекції швидко змінюються, більш нагадують гру у моду;

- еkleктика і полістилізм у всіх сферах життя: від створення зовнішнього образу людини до глобального світового мистецтва;

- колаборації брендів та різних галузей фешніндустрії між собою (ювелірного мистецтва та дизайну одягу, дизайну одягу та дизайну інтер'єру, предметного дизайну та ювелірного мистецтва) та ін.

Стрімка швидкість науково-технічного прогресу й збільшення тривалості життя створили стійкий тренд на молодість, здоровий спосіб життя й довголіття. Суспільний запит на культ молодості й здоров'я сприяє таким тенденціям:

- спортивний одяг має найбільше поширення в колекціях сучасних дизайнерів і не зменшує обертів в завоюванні нових сегментів ринку;

- за допомогою одягу транслюється прихильність до здорового способу життя, фінансової незалежності;

Екологічні проблеми також вплинули на тенденції сучасної моди:

- дизайнерами розробляються багато колекцій одягу з використанням кольорової палітри натуральних природних відтінків;

- виникають нові технологічні розробки екологічно чистих сировини й матеріалів для виробництва одягу, а також відбувається пошук і освоєння альтернативних матеріалів для виробництва одягу;

Задіяні в роботі системний, структурний, аналітико-типологічний методи досліджень, з урахуванням результатів історико-біографічного аналізу творчості провідних модних дизайнерів, приводять до висновку, що в наші часи найактуальнішими є дві тенденції: демократизація моди, вихід моди за межі вікової визначеності та інклюзивність [4]. В даний час спостерігається демографічний зсув вікових груп населення, за даними ВООЗ 2015 року, вік молодості збільшився до 44 років, а середній вік - до 60. Хоча 20 років тому й раніше жінка віку 56 років і старше вважалася літній. В той же час, інклюзивність сучасної моди популяризує жінок вікової групи 50+ як моделей подіуму та фотосесій світових медіа. В Україні й в світі стрімко розвивається ринок товарів і послуг з ідеєю «мода поза віком», коли жінки споживчого сегменту 50+ все частіше вибирають фешнпродукцію

молодіжного сегменту. Отже, центром уваги модної індустрії сьогодні становиться не молодь, а жінки, яких раніше називали «літніми жінками».

Еталонні ознаки сучасної жінки вікового сегмента 50+: доглядає за собою, впевнена, має гарну спортивну підготовку, матеріально незалежна, має активну життєву позицію, прагне до самовираження й саморозвитку, слідує за модою, має гарний естетичний смак, професійно реалізована, виглядає молодший за свій реальний вік.

Трендові агенції світу постійно досліджують зміни в суспільстві, тенденції і цикли еволюції в культурі, способі життя й поведінці, систематизують їх та виявляють домінуючі галузеві рушії. Так, старіння населення є впливовим рушієм тенденції, що в галузі одягу призвела до активного застосування й розробки нових матеріалів та до зміни системи розмірів, які мають естетичний вигляд та доречні для зрілого населення [14]. Дослідники користуються теорією Духу Часу (Zeitgeist) в визначенні демографічних, психологічних, соціологічних, економічних, політичних, технологічних та екологічних впливів на пульс культури для моніторингу змін в моді [12]. Один з провідних прогнозистів майбутнього К'єлл А. Нордстрем (Kjell A. Nordström) вважає, що найближчі десятиліття планету охопить зростаюче оцифрування та масштабна урбанізація, при якій деякі великі міста стануть більш впливовими та поступово стануть країнами [13].

Домінуючі світові соціальні тренди 2020-2021 років по методу Zeitgeist, що впливають на спосіб життя та самоусвідомлення жінок 50+:

1. Турбота про себе: про своє тіло та свій емоційний стан.
2. Працювати мало, але якісно. Сучасний курс – на сконцентровану працю й ощадливе ставлення до обмеженого запасу людської енергії.
3. New Sincerity. «Я» без фільтрів. Бути впевненою і бути собою в зовнішності та висловлюваннях.
4. Еко. Ти – частина природи. Бути свідомим та піклуватися про планету [2].

5. Права людей, а не статей. Цінність особистості, її прав і свобод незалежно від фізичних, фінансових можливостей, національності або кольору шкіри [10].
6. Культ зрілої жінки як результат демографічного дорослішання населення планети. Моду задають інфлюенсери, актори, фешн-моделі віку 50+ [6].
7. Думай глобально, дій локально. Глокальність: зв'язок між локальним і глобальним.
8. Обґрунтований мінімалізм. Твоя максима – це мінімум речей навколо тебе.
9. Lifelong Learning. Навчитися вчитися все життя.
10. Стирання бінарності. Розширення уяви про гендерну ідентичність [9].

Сучасні домінуючі маркери Духу Часу (Zeitgeist) в світовій культурі: розповсюдження попиту на відео контент, інтерактивність і залучення глядача в виставу, глокалізація, колаборації та взаємодія індустрій, залучення новітніх технологій в культурні заклади та їх перформанси, онлайн-освіта [8].

XXI століття продукує нові напрями та жанри сучасного мистецтва: медитативний живопис, мистецтво стосунків, стакізм, стріт-арт, віджей-арт та інші [15].

Якщо в середині XX століття в моді існували одночасно два-три виражені модні напрями, то сьогодні їх незлічена кількість. Головним стає не наслідування того або іншого стилю, а пошук власного іміджу. Модний не стиль, а образ, індивідуальність [5]. XXI століття - епоха постпостмодернізму, який орієнтований на еклектичність, мозаїчність, пародійне переосмислення традиції, суміш класики і авангарду, високого і низького, масового і елітарного. Новий дизайн ґрунтується на постулатах абсолютної свободи творчого самовираження, проектного реалізму, викликаного трансформацією потреб споживача, концептуального і жанрового плюралізму.

Із зростанням технологічного прогресу мислення людей теж прискорюється й трансформується в нові напрямки моди і мистецтва. Наприклад, популярність стилів деконструктивізм та авангард з їх візуальною ускладненістю, руйнуванням звичної системи координат, керованим хаосом та переродженням, відмовою від

раціоналізму та ін. [3]. Ідеї цих напрямків мистецтва застосовані в різних сферах: від літератури до кіно, від архітектури до усіх областей дизайну.

Деконструктивізм та авангард віддзеркалює сучасна мода: у композиційному комбінуванні різностильових або алогічних елементів, нестандартними, іноді навмисно епатажними, протиставленими загальноприйнятим нормам, елементами. Деконструктивізм дуже пасує незалежній, впевненій і творчій сучасній жінці 50+. Він розхиляє вікові, гендерні стереотипи, силует абстрагується від форм людського тіла й починає жити своїм життям [15]. Принципи деконструктивізму застосовують у своїй авангардній творчості Вів'єн Вествуд (Vivienne Westwood), модельєри Victor & Rolf, японські дизайнери Ісей Міяке (Issey Miyake), Кендзо Такада (Kenzo Takada), Рей Кавакубо (Rei Kawakubo), Йодзі Ямамото (Yohji Yamamoto) [7].

В результаті дослідження питання ролі кольору в композиції костюма стало очевидним, що колір в костюмі в сукупності з формою дає багаті за своїм змістом твори мистецтва. Колір в композиції костюма - це засіб пізнання світу і передачі інформації, засіб гармонізації в дизайні костюма [1, 11]. Колір гармонізує людину і мобілізує її ресурси; надає психофізіологічний вплив; відображає почуття людини, її емоції, відчуття; підсвідомо впливає на вибір.

В світі існує декілька інститутів кольору, які досліджують та прогнозують колірні тенденції. Наприклад, американський Інститут Кольору Pantone, Шведська Школа Кольору NCS (The Natural Colour System), Натуральна система Кольорів, трендове агентство Тренд Юніон (Trend Union), яке очолює відома трендсеттер Лі Еделькорт (Li Edelkoort), центр прогнозування кольору WGSN, нідерландська компанія AkzoNobel та інші. Ці центри дослідження кольору щорічно прогнозують палітри трендових кольорів, які рідко співпадають, тому що прогнозування трендів – суб'єктивна наука, основою якої є евристичні та інтуїтивні підходи, методи прогнозування різні і залежать від країни, в якій працює компанія, від ДНК нації, особливостей культури, вподобань соціуму, ментальності, народних традицій на цій території, та іншого. Більшість прогнозів на 2022 рік говорить про популярність

та затребуваність світлих, розмитих, пастельних кольорів, але деякі прогнозисти ставлять яскраві колористичні акценти.

Дослідження численних колекцій 2022 року провідних будинків мод та характерних для них колірних рішень показують явну присутність в великій кількості пастельної гамми відтінків. Тому ствердження провідних трендових бюро та інститутів кольору про те, що найближчі роки пастельна гамма буде широко затребувана в фешн-індустрії, цілком ймовірні. Пастельні відтінки будуть актуальні ще багато років, і в цьому можна переконатися, заглянувши в безліч колекцій, наприклад, колекції 2022 року Temperley London, Ralf & Russo, Oscar de la Renta, Vera Wang та інших.

Використовуючи провідний аналітичний метод колірних співставлень, автором були зроблені ретельні дослідження сучасних світових неділь моди Мілану, Нью Йорку, Парижу, Києва. На основі досліджень був проведений розподіл і систематизація колірних палітр представлених колекцій одягу, для чого структурувались монолуки (вбрання в одному кольорі), які використовував дизайнер для передачі психологічного посилу та настрою колекції. Далі йшло виведення синтезованої перспективної колірної палітри методом синтезу колірних домінант та пояснення отриманої палітри на основі семіотико-психоделічного аналізу. За результатами синтезу трендових домінант, можемо прогнозувати модну палітру відтінків у 2022 році: це переважно, складні, приглушені, розмиті відтінки світло-сірого, бузкового, блакитного, синього, зеленого, бежевого відтінків, які часто зустрічаються в природі (кольори натуральних каменів, піску, лаванди), а також більш яскраві, насичені відтінки синього, бордо і чорного.

Використовуючи прогностично-типологічний метод досліджень [4], та резюмуючи усі перераховані грані особи зрілої жінки 50+, можна скласти її цілісний портрет, назвавши його Power Woman. У перекладі з англійської, Power - енергія, влада, потужність, сила, могутність, вплив, можливість, Божество, надприродна сила. Power Woman - це позитивна ролева модель, зразок для



наслідування. Це жінка, яка руйнує стереотипи про ролі і призначення "прекрасної статі", що формувалися роками навкруги. Вона жіночна, впевнена, цілеспрямована, амбітна і соціально активна, це жінка, яка здатна змінити світ.

### **Список використаних джерел:**

1. Брызгов Н.В. Функции цвета в различных видах искусства. Искусство и образование, № 4. Москва, 2009.
2. Вебінар «STILLNESS/Затишшя. Тренди 2021-22. Освітня програма Creascope Business Education, при підтримці ЄС та ЄБРР: консультації для малого бізнесу в Україні.
3. Затулий А.И. Костюм в социокультурном контексте авангарда. Монография. Хабаровск : ДВГУПС, 2005, 198 с.
4. Иконникова С.Н., Большакова В.П. Теория культуры. Питер, Санкт-Петербург, 2008 г., 592 с.
5. Нешина Е.Б. Место и роль моды в жизни современного общества. Методология гуманитарного знания — Региональная научно-практическая конференция. Саранск, 2007. с. 30-35
6. Обкладинки провідних модних журналів зі зрілими жінками 50+, 2015-2020 р.р. URL: [pinterest.com](https://www.pinterest.com) (дата звернення 20.08.2020)
7. Сучасні деконструктивні рішення в моделюванні одягу для жінок 50+. З колекцій Вівьєн Вествуд, Іссея Міяке, Рея Кавакубо URL: [pinterest.com](https://www.pinterest.com) (дата звернення 20.08.2020)
8. Тренди в культурі. URL: <https://nv.ua/style/blogs/sovremennoe-iskusstvo-kulturnye-trendy-2020-50068475.html> (дата звернення 22.08.2020)
9. Тренды и тенденции 2020 года: метаанализ. URL: <https://vc.ru/marketing/104226-trendy-i-tendencii-2020-goda-metaanaliz> (дата звернення 22.08.2020)

- 10.Тренди 2020. URL: <https://platfor.ma/specials/trendy-2020/> (дата звернення 21.08.2020)
- 11.Шокорова Л.В., Сердюкова Д.А., Киселева Н.Е. Цвет как средство выражения художественного образа современного костюма. Алтайский государственный университет, факультет искусств. Мир науки, культуры, образования, № 6 (55), Барнаул, 2015.
- 12.Fashion Trends. URL: <https://www.bloomsburyfashioncentral.com/products/berg-fashion-library/article/bibliographical-guides/fashion-trends#:~:text=Economist%20and%20marketing%20professor%20Paul,to%20read%20the%20trend%20drivers.> (дата звернення 21.08.2020)
- 13.Kjell A. Nordström Wants to Make You Comfortable About the Future. URL: <https://www.pcma.org/kjell-nordstrom-wants-make-comfortable-future/> (дата звернення 20.08.2020)
14. Vinken Barbara. Fashion Zeitgeist: Trends and Cycles in the Fashion System. Oxford: Berg, 2005.
15. Yve-Alain Bois, Benjamin H.D. Buchloh, Hal Foster, David Joselit and Rosalind Krauss, Art Since 1900: Modernism, Antimodernism, Postmodernism, New York: Thames and Hudson, 2005, 816 pp.

**ЖЕНЩИНА 50+ КАК ОЛИЦЕТВОРЕНИЕ МЕГАТРЕНДА НА  
ВОЗРАСТНУЮ ЗРЕЛОСТЬ XXI ВЕКА: ИССЛЕДОВАНИЯ  
ДОМИНИРУЮЩИХ МАРКЕРОВ ДУХА ВРЕМЕНИ (ZEITGEIST) И  
ДОЛГОСРОЧНЫЙ МОДНЫЙ ПРОГНОЗ.**

Сидорук Ирина Васильевна,

ПММ-19-1.4з,

[prettyasia001@gmail.com](mailto:prettyasia001@gmail.com)

***Аннотация***

*В статье рассматриваются причины и следствия изменений понятия «женщина в возрасте» на протяжении последних 70 лет, проводится исследование и анализ доминантных современных тенденций и долгосрочный прогноз маркеров моды и влияния старшего поколения в фешн-индустрии и социуме в целом. Проводится экскурс в трендообразование цветовых палитр с приведением примеров прогнозов ведущих центров исследования цвета и авторское прогнозирование цветовых тенденций на ближайшие два года.*

**Ключевые слова:** *возраст, одежда, женщина, мода, тренд, дизайн, коллекция.*

**WOMAN 50+ AS THE EMBODIMENT OF A MEGATREND TO THE  
AGE-MATURITY OF THE XXI CENTURY: RESEARCH OF DOMINANT  
MARKERS OF THE SPIRIT OF TIME (ZEITGEIST) AND LONG-TERM  
FASHION FORECAST.**

Sidoruk Iryna,

ПММ-19-1.4з,

[prettyasia001@gmail.com](mailto:prettyasia001@gmail.com)

***Resume***

*The article considers the causes and consequences of changes in the concept of “woman in age” over the past seventy years, research and analyzes of the dominant*

*modern trends and long-term forecast of fashion markers and the influence of the older generation in the fashion industry and society as a whole. There is a digression into the trend formation of color palettes with forecasts of leading centers for color research and author's forecasting of color trends in the next two years.*

**Keywords:** *age, clothes, woman, fashion, trend, design, collection*